

Trabajo Fin de Grado

Análisis de la viabilidad de una idea de negocio:

“Casa Rural Pelocaqui”

Analysis of the feasibility of a business idea:

“Casa Rural Pelocaqui”

Autor/es

María García Amatriaín

Director/es

José Miguel Barbero Lahoz

Facultad de Economía y Empresa
2020/2021

RESUMEN

El presente Trabajo de Fin de Grado consiste en el análisis de la viabilidad de un negocio. Concretamente una casa rural en El Villar de Arnedo (La Rioja). El objetivo de este trabajo es crear un negocio rentable y diferente del resto de empresas de casa rurales de la zona, con la característica de la oferta de actividades complementarias. El análisis comienza por una encuesta como muestra de las preferencias de los potenciales clientes, siguiendo por el análisis del entorno general y específico del mercado y de los competidores. Posteriormente, se analizará el producto, además de explicar la estructural legal y los requisitos normativos que se llevarán acabo en la empresa. Finalmente se elaborará un análisis económico-financiero para estudiar la viabilidad de la empresa. Mediante este análisis, podremos reducir los riesgos a la hora de emprender nuestro negocio, pero no eliminarlos ya que podemos encontrarnos futuros riesgos en la realización del proyecto.

ABSTRACT

This Final Degree Project consists of the analysis of the viability of a business. Specifically, a rural house in El Villar de Arnedo (La Rioja). The aim of this work is to create a profitable business that is different from the rest of the rural house businesses in the area, with the characteristic of offering complementary activities. The analysis begins with a survey as a sample of the preferences of potential customers, followed by an analysis of the general and specific market environment and competitors. Subsequently, the product will be analysed and the legal structure and regulatory requirements that will be carried out in the company will be explained. Finally, an economic-financial analysis will be carried out to study the viability of the company. By means of this analysis, we will be able to reduce the risks when starting our business, but not eliminate them, as we may encounter future risks when carrying out the project.

ÍNDICE

1. Introducción	5
2. Metodología	5
2.1 Encuesta.....	5
2.2 Análisis de los resultados	7
2.3 Limitaciones	8
3. Análisis del entorno: general y específico	8
3.1 Análisis del entorno general (PEST)	9
3.2 Análisis del entorno específico	10
4. Análisis DAFO.....	11
5. Plan estratégico	13
6. Plan de marketing	14
6.1 Precio.....	15
6.2 Producto.....	17
6.3 Distribución	19
6.4 Promoción.....	20
6.4.1 La publicidad	20
6.4.2 La promoción de ventas	21
6.4.3 Marketing directo.....	21
7. Plan de operaciones.....	21
7.2 Requisitos normativos	22
7.3 Inversión	23
8. Estudio legal	24
8.1 Autónomo	25
8.2 Trámites administrativos y obligaciones fiscales	25
8.3 Licencias y subvenciones	26
8.4 Seguro y ley de protección de datos	27
9. Plan de recursos humanos.....	28
9.1 Puestos de trabajo.....	29
10. Plan financiero.....	30
10.1 Cuenta de resultados.....	31
11. Conclusiones	32
12. Bibliografía	34
13. Anexos.....	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Precios	16
Tabla 2. Inversión	24
Tabla 3. Balance	30
Tabla 4. Ingresos Anuales	31
Tabla 5. Gastos Anuales.....	32
Tabla 6. Beneficios	32

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Gráfica estancia	8
Ilustración 2. Gráfica acompañante	8
Ilustración 3. Gráfica época del año	8
Ilustración 4. Logo de la empresa	14

1. Introducción

Al ser una estudiante de 4º curso de Business Administration and Management de la Universidad de Zaragoza, quería reflejar en este proyecto los años de aprendizaje en esta institución. Éste es el motivo por el cual elegí este tema de plan de negocio, con el que puedo abarcar todos los aspectos necesarios para poder afrontar un nuevo negocio en el mercado, que es el máximo objetivo al que puede aspirar un estudiante que haya cursado este grado, crear tu propio negocio.

La idea principal es crear un negocio de casa rural mediante una casa familiar que dispongo en el municipio de El Villar de Arnedo (La Rioja), que contará con una capacidad máxima de 20 huéspedes, donde el objetivo será atraer personas de todas las edades, desde familias jóvenes con hijos pequeños, hasta grupos de adolescentes, así como matrimonios de personas de la tercera edad. Dependiendo del tipo de cliente que haga la reserva, les ofreceremos distintos packs promocionales. Los packs estarán ajustados al número de personas que hagan la reserva, la duración de la estancia y el tipo de actividades que contraten.

Los motivos de la elección del tema fueron dos, principalmente una motivación interna del tipo de negocio ya que es algo que personalmente me fascina y que como clienta estaría muy interesada, y segundo porque es una oportunidad empresarial a explotar sobre todo en esta situación que hemos estado viviendo del covid-19, ya que actualmente los clientes potenciales buscan un lugar donde romper con la rutina, ya sea en familia o con amigos, que les ofrezca una desconexión de su día a día pero a la vez garantizando esa higiene y seguridad que tanto estamos buscando ahora.

2. Metodología

2.1 Encuesta

Definición de los objetivos

El objetivo consistirá en saber si los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar un precio establecido por los servicios que les ofrecemos, en base a las preferencias de los clientes potenciales. Mediante este método, obtendremos la información de una manera directa, efectiva y de una muestra que podría considerarse amplia.

Se elaborará un cuestionario que se distribuirá vía WhatsApp, ya que debido a la situación actual resulta menos conveniente realizarlo de forma presencial.

Información de necesidades

La principal necesidad de información es conocer a nuestros clientes potenciales. La casa rural es un destino demandado en la actualidad, que cuenta con un público muy amplio, ya que hoy en día casi todo el mundo tiene la posibilidad de viajar.

Lo que queremos obtener con esta encuesta son resultados para las siguientes preguntas: preferencias a la hora de elegir destino, grupo de personas, época del año, etc. Después de recoger las preferencias de la muestra necesitaremos cubrir otro tipo de necesidades de información relacionadas con la ubicación: opinión sobre las casas rurales, opinión sobre La Rioja.

Según la muestra, se puede clasificar como un muestreo no probabilístico, que es una técnica de muestreo en la que las muestras se recogen en un proceso que no da a todos los individuos de la población las mismas posibilidades de ser seleccionados.

Existen diferentes tipos de muestreo no probabilístico y nosotros hemos utilizado el muestreo de conveniencia para la encuesta que hemos enviado por WhatsApp. En este muestreo, las muestras se seleccionan porque son accesibles para el investigador. Los sujetos se eligen porque son fáciles de reclutar.

Razones para elegir la técnica concreta en función de los objetivos

He elegido la encuesta para recoger la información porque esta técnica de comunicación se clasifica como estructurada. Se emplea un cuestionario estructurado como instrumento para obtener la información y la mayoría de las preguntas son preguntas alternativas de respuesta fija y directa, porque el participante conoce (al menos en parte) los objetivos de la investigación.

Se realizará la misma encuesta a todo el público, utilizando el cuestionario autoadministrado vía WhatsApp. Éste será distribuido a través de las redes sociales porque reduce el coste, los entrevistados tienen tiempo para pensar sus respuestas y podré enviarlo a personas de otras zonas para tener información de personas de ciudades cercanas a La Rioja.

2.2 Análisis de los resultados

Tras haber realizado una encuesta obteniendo una muestra de 394 personas, reflejada en el Anexo IV, en la que el objetivo era obtener los gustos y preferencias de nuestros clientes potenciales, podemos sacar las siguientes conclusiones.

Una de las preguntas iniciales fue si les gustaría reservar una casa rural con el tipo de actividades complementarias que ofrece, de lo que obtuve un 93,9% de respuestas afirmativas. De las respuestas negativas se les preguntó la razón de por qué no la reservarían, y obtuve un 66,67% de personas que sí estarían dispuestos a reservar la casa pero sin actividades complementarias, lo que es muy positivo para la empresa.

En cuanto a las actividades complementarias que ofrecí, fueron muy bien recibidas, la gran mayoría de las actividades obtiene como mínimo un 20% de personas que la reservarían. Las más votadas fueron la visita y cata de las mejores bodegas de vinos, la ruta por los montes de la zona y los tratamientos termales. También se ofreció la opción de proponer otras actividades que no se hubiesen valorado y hubo varias respuestas como actividades de karts, rafting, puenting, en general actividades de riesgo que se podrían contemplar.

De acuerdo con la estancia un 45,8% se alojaría entre 4 o 5 días, y un 43,2% se alojaría un fin de semana. Por otro lado, un 46,1% de personas respondió que le era indiferente la fecha del año en la que viajar, lo que es muy positivo para la empresa, ya que esto quiere decir que se podrían distribuir las reservas a lo largo del año y se podría cubrir todo el año de trabajo, sin tener aglomeraciones en fechas señaladas, como Semana Santa o verano, donde los clientes a priori estarían más dispuestos a viajar por las vacaciones.

Finalmente, los potenciales clientes con un 48,6% prefieren encontrar la publicidad en las redes sociales y un 28% en la web de la empresa. Y el precio que estarían dispuestos a pagar se divide en un 40,4% de personas que pagarían entre 80 y 120 euros con una actividad, un 28,6% de personas que pagarían entre 120 y 160 euros con dos actividades complementarias y un 22,7% de personas que pagarían entre 50 y 80 euros por reservar la casa sin actividades.

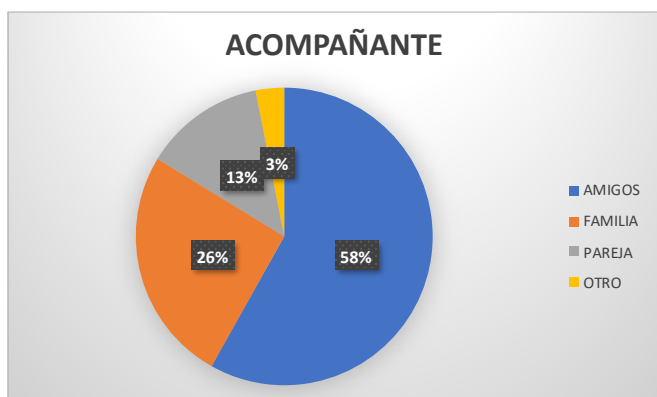


Ilustración 2. Gráfica acompañante

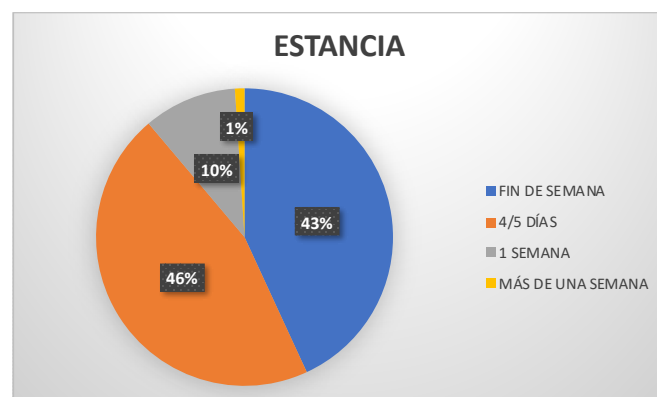


Ilustración 1. Gráfica estancia

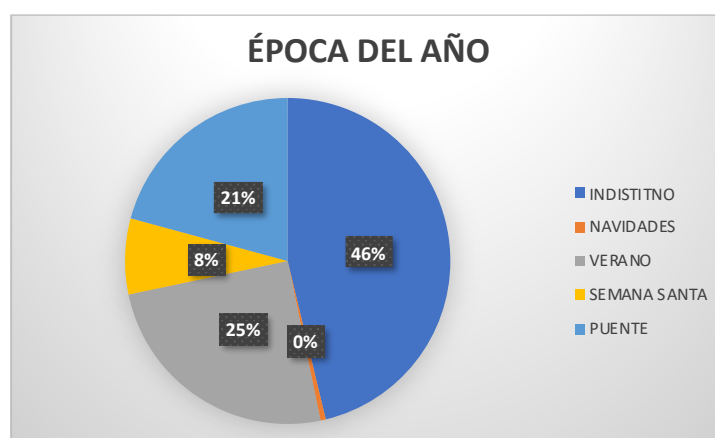


Ilustración 3. Gráfica época del año

2.3 Limitaciones

Al realizar la encuesta he tenido algunos inconvenientes, como las respuestas de un segmento de edad de mayor de 65 años, esta limitación ha venido dado que la encuesta fue distribuida a través de WhatsApp, por lo que no he podido llegar a estos potenciales clientes ya que muchos de ellos no tienen este tipo de redes sociales.

Esta carencia podría haber sido cubierta mediante una realización de encuestas de forma presencial, pero aquí también me encontraba con otra limitación, ya que en la situación de pandemia en la que nos encontramos se considera mejor opción evitar el contacto con muchas personas, por lo que decidí distribuirlo vía WhatsApp.

3. Análisis del entorno: general y específico

La situación de la economía española actualmente se ve afectada por la pandemia del coronavirus, debido a las consecuencias que ha acarreado esta crisis, como el impacto

sobre los volúmenes de producción a nivel global, los trastornos sobre las cadenas de suministro y distribución, y el impacto financiero en las empresas y los mercados de valores.

Los datos que reflejan las consecuencias que esta crisis ha tenido sobre la economía española y mundial, los podemos observar mediante un informe realizado por el INE.

Según el INE tras rectificar la caída de un 11% del PIB, finalmente la economía española registró en 2020 un descenso del 10,8%, una cifra histórica.

Sin embargo, de cara al 2021 la previsión de recuperación de nuestra economía es esperanzadora.

Tras presentar la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) sus previsiones, las expectativas de la recuperación económica española aumentan, ya que, a pesar de ser el último organismo internacional en presentarlas, se ha previsto que el PIB de España avanzará un 5,7% en 2021 y un 4,8% en 2022, liderando el rebote en la zona euro y solo superado por Francia.

Al igual que el covid-19 golpeó a la economía nacional con más violencia que a cualquier otra en el euro, la recuperación inmediata será también más intensa en España, por un 'efecto rebote' (partimos desde mucho más abajo).

3.1 Análisis del entorno general (PEST)

El análisis PEST nos ayuda a identificar los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos en el entorno externo de la organización que pueden afectar a la empresa.

Los factores políticos incluyen factores externos como los gubernamentales; los efectos de las normas y políticas gubernamentales aplicadas en ese país que afectan directamente a la empresa.

Podemos verlo reflejado en este caso en ayudas que el gobierno proporciona en crisis como la del covid-19, donde el gobierno ayuda económicamente a este sector.

En la nueva convocatoria de ayudas directas a los sectores de la hostelería y el turismo del Gobierno de Navarra, se contempla un importe de 18,5 millones de euros.

Los factores macroeconómicos, como la tasa de inflación, el tipo de cambio, el tipo de interés, el producto interior bruto o la fase actual del ciclo económico, afectan al negocio.

Dada la situación actual del cierre perimetral de comunidades autónomas y municipios, la actividad empresarial de las casas rurales se ve afectada, sumado a las restricciones que el gobierno les impone, como en el caso específico de Asturias.

“La hostelería y el sector turístico asturiano se resignan ante el cierre perimetral de la región en Semana Santa, pero reclaman “un poco de aire”, y que se permita la apertura de los alojamientos para el turismo interior, ampliar el horario para dar cenas y elevar a seis los comensales”. (Periódico: La nueva España 5/3/21).

Además, este tipo de crisis económicas hace que los clientes sean más sensibles al precio al mismo tiempo.

Por último, otro factor que puede afectar a nuestra actividad empresarial es el factor social, que engloba las creencias de la gente, el estilo de vida, la cultura, etc. Un factor que las empresas deben tener en cuenta cuando operan en una zona geográfica concreta, ya que este factor es variable y cambia dependiendo del momento y la situación en la que nos encontremos, por lo que como empresarios debemos saber adaptarnos al entorno social en el que nos encontramos.

3.2 Análisis del entorno específico

Las casas rurales son un tipo de actividad que participa en la industria turística. Esta industria es una organización integral para la producción de un producto turístico, que generalmente incluye recursos y empresas que ofrecen servicios a los turistas.

El sistema de la industria del turismo incluye empresas, organizaciones e instituciones especializadas, que pueden dividirse condicionalmente en varias categorías: empresas de servicios de transporte, empresas de viajes para el desarrollo e implementación de un producto turístico, agencias de información turística publicitaria, empresas que prestan servicios de alojamiento, etc.

Esta última comprende hoteles, moteles, campings, pensiones, apartamentos privados y casas, casas de descanso, refugios u otras instalaciones de alojamiento. Por lo que podemos determinar que las casas rurales pertenecen a esta industria.

Sin embargo, el turismo es uno de los sectores más afectados por la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19), que ha repercutido en las economías, los medios de subsistencia, los servicios públicos y las oportunidades en todos los continentes.

Según las hipótesis del sector, el número de turistas internacionales podría disminuir entre el 58 % y el 78 % en 2020, lo que se traduciría en una caída del gasto que realizan esos turistas de los 1,5 billones de dólares registrados en 2019 a entre 310.000 y 570.000 millones de dólares en 2020. Eso pone en peligro más de 100 millones de puestos de trabajo directos del sector, muchos de ellos en microempresas y pequeñas y medianas empresas que dan empleo a una alta proporción de mujeres y jóvenes.

Actualmente, el Comité Mundial de Crisis de la OMT para el Turismo, ha unido al sector turístico para formular una respuesta del conjunto del sector, al reto sin precedentes de la pandemia del covid-19. La dirección de la OMT reanudó las visitas en persona a los Estados Miembros para ofrecer apoyo a la recuperación y demostrar solidaridad.

Centrándonos directamente en el efecto que ha causado el covid-19, podemos observar que los alojamientos rurales son los que menos han sufrido en 2020. La pandemia ha provocado cambios en los hábitos de los viajeros y quizás haya traído una oportunidad para el turismo rural.

Mientras que el número de pernoctaciones en los alojamientos españoles ha caído casi un 70 % en 2020 (69,4 %), el descenso en los establecimientos de turismo rural no ha llegado al 50 % (46,4 %), según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Las reservas en alojamientos rurales se incrementaron el pasado verano respecto a años anteriores. Incluso se observa un cierto aumento en todo el segundo semestre. El Observatorio del turismo rural 2020 que elabora la plataforma especializada Escapada Rural junto al CETT de la Universidad de Barcelona, indica que “el 46 % de los propietarios ha tenido más demanda tras el confinamiento que en la época precovid”.

4. Análisis DAFO

Una vez analizado el entorno, realizaremos un análisis DAFO que se centrará en los factores internos para reconocer fortalezas y debilidades, y por otro lado identificaremos oportunidades y amenazas a partir de los factores externos. Este análisis nos servirá como herramienta para nuestro proyecto de cara a las decisiones estratégicas de nuestra empresa.

Oportunidades

- Crecimiento en el alojamiento rural: Hasta 2020 el número de pernoctaciones en alojamientos rurales fueron 6.283.000 según el INE, frenado por la pandemia de COVID-19, pero con visión de una esperanzadora recuperación en este sector.
- Ayudas económicas al turismo rural: El Gobierno de La Rioja convoca ocho líneas de ayudas vinculadas al Programa de Desarrollo Rural por valor de 12 millones de euros, con el objetivo de impulsar la sostenibilidad, innovación y competitividad de las actividades multisectoriales del medio rural.
- Ubicación: La Rioja cuenta con numerosos lugares de atractivo nacional, sumado a las buenas comunicaciones de transporte público que ofrece, lo que nos permite poder conocer los distintos rincones de la zona.
- Promoción turística de La Rioja: La consejera de Desarrollo Económico e Innovación presentó una campaña de promoción turística, esta idea refuerza La Rioja como destino natural.
- Aumento de la esperanza de vida: España es y será cada vez más longeva, actualmente los españoles viven un promedio de 82,8 años, una circunstancia que sitúa a España en la pugna por el podio mundial de la longevidad.

Amenazas

- Decrecimiento económico: tras el golpeo de la crisis por la pandemia, el PIB registró un decrecimiento del cual actualmente intenta recuperarse.
- Dificultad económica en los hogares: con el cierre de múltiples negocios, despidos y la baja oportunidad de encontrar puestos de trabajos, muchos hogares sufren por llegar a fin de mes.
- Baja estacionalidad en el sector: los turistas rurales por lo general prefieren una escapada de fin de semana o de 4 días máximo, según los datos que hemos obtenido en nuestra encuesta.
- Escasas barreras de entrada: debido a las escasas barreras de entrada en el mercado ha crecido la oferta de viviendas particulares, lo que genera una mayor rivalidad.

- Fuerte competencia: España presenta unas 15.793 casas rurales, de las que 224 se ubican en La Rioja, sumado al turismo de sol y playa, que van de la mano de reservas en hoteles o apartamentos.

Fortalezas

- Gran variedad de las actividades ofertadas: lo que nos diferencia de otras casas son las distintas actividades complementarias que ofrecemos y las facilidades que brindamos a la hora de reservarlas junto con un buen precio, a parte de las instalaciones y zonas privadas con las que cuenta la casa.
- Conocimiento del entorno: zona donde he vivido desde que nací.
- Instalaciones y servicios diferentes al resto de casas: instalaciones como un amplio jardín y una piscina privada, que no podrán encontrar en el resto de las casas ofertadas por la zona.
- Formación en Administración y dirección de empresas.

Debilidades

- Falta de experiencia como emprendedora.
- Elevada inversión para la restructuración y acondicionamiento de la casa.

5. Plan estratégico

A continuación, veremos cómo analizar el posicionamiento estratégico y la proyección a futuro de la empresa. Mediante la asignación de una visión podremos exponer la principal labor o actividad de la empresa en el mercado.

Misión:

Ofrecemos experiencias inigualables, en un entorno rural y con un turismo responsable con el medioambiente, que no dejará a nadie indiferente.

Visión:

Ser líder y referente en el mercado turístico de la zona, con un modelo de negocio familiar y seguro, basado en una cultura abierta que fomenta el trabajo en equipo y la unión de los vínculos entre personas.

Valores:

Como empresa familiar nuestros valores son la base de nuestro negocio, lo que da forma a nuestra cultura. Estos 6 valores de referencia son inquebrantables en el trabajo diario de nuestros trabajadores. Nuestros 6 valores: confianza, respeto, compromiso, innovación, ambición y calidad.

El objetivo en cuanto a estrategia que sigue la empresa es una estrategia de diferenciación respecto al resto de competidores. Lo que nos diferencia del resto principalmente son las actividades complementarias que se le ofrece al cliente, sumado a las instalaciones que podrá disfrutar y el trato que recibirán una vez hayan reservado nuestros servicios.

6. Plan de marketing

El marketing es una forma de dar a conocer a nuestros potenciales clientes nuestros servicios como empresa y de llamar su atención con el objetivo de que reserven nuestra casa y poder iniciar nuestra actividad empresarial, ya que sin clientes no hay negocio.

Dado que toda empresa debe tener un símbolo de identificación, comenzaremos poniéndole nombre a la casa, ésta se llamará “Casa Rural Pelocaqui”, junto con un diseño de un logo diferente y atractivo, con el que los clientes podrán identificar nuestra empresa de forma visual y recordar fácilmente mediante la memoria fotográfica.



Ilustración 4. Logo de la empresa

El mercado que engloba nuestros clientes potenciales no estará segmentado de forma demográfica, ya que el objetivo es llegar a todo tipo de clientes independientemente de la edad que tengan, dado que la empresa está adaptada a todo tipo de necesidades en función de la edad. La segmentación de un mercado sirve para dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas. Por lo que, en este sentido, sí que tendremos una segmentación de mercado en cuanto a la ubicación, ya que los clientes potenciales a los que me voy a dirigir en un principio corresponden a clientes cercanos a la zona de La Rioja.

La estrategia que seguiré para dar a conocer la empresa, las actividades que ofrece, precios y fechas para poder reservarla principalmente será a través de la creación de una página web, donde los clientes podrán navegar y descubrir todas las opciones y servicios que alberga la casa. Por otro lado, una vez creada la web donde estará toda la información que un cliente necesita saber, se realizará un segundo paso mediante anuncios en redes sociales, ya que en la encuesta que se realizó referenciada en el apartado 2, se obtuvo que un 48,6% prefería encontrar publicidad en las redes sociales, esta repuesta fue tan secundada porque el 98,5% pertenecían a personas jóvenes que utilizan redes sociales, y solo un 1,5% de personas mayores de 65 años respondió a la encuesta, por lo que para hacer llegar la publicidad a este tramo de edad, deberían plantearse otros métodos, como paneles publicitarios en la calle o correo ordinario.

6.1 Precio

Para analizar internamente la empresa utilizaremos la estrategia del marketing mix, descubriendo distintos aspectos como el producto, precio, distribución y promoción; ya que son las variables principales de un negocio.

Comenzaremos con el precio, dado que es de las variables más importantes, puesto que es la única que genera ingresos. Este elemento es muy competitivo y al ajustarlo el conjunto de la estrategia de marketing se verá afectado, al igual que la demanda. Deberemos contemplar a la hora de fijar el precio, los costes que tengamos que afrontar de mantenimiento de la casa y los servicios que se ofrecen, una vez cubiertos estos gastos,

alcanzaremos el umbral de rentabilidad, donde nuestros beneficios serán iguales a 0. Una vez cubiertos los gastos, la diferencia restante será el beneficio de la empresa.

Los precios se han establecido en función de los servicios que ofrece la empresa y también en función de la oferta de precios de nuestros competidores. Según el artículo 13, capítulo III del Decreto 10/2017 del Reglamento General de Turismo de La Rioja, los servicios turísticos se ajustarán al régimen de libertad de precios, pudiendo fijarse y modificarse por los proveedores a lo largo del año sin más obligación que hacerlos públicos, para garantizar su previo conocimiento por los clientes. Además de que el precio que se publicite por la prestación de un servicio turístico deberá ser final y completo, incluidos los impuestos correspondientes.

La reserva de la casa rural tendrá un mínimo de reserva de dos noches, puesto que, si un huésped reservase sólo una noche, no nos compensaría los gastos que esto conlleva de limpieza con los ingresos que nos proporciona.

Política de precios: existen dos formas de reserva, la reserva de la casa compartida y la reserva de la casa completa. Dependiendo de la época del año los precios serán más elevados en temporada alta, (los meses de junio, julio y agosto), o más bajos en el resto del año que se considera la temporada baja.

Tenemos dos restricciones, la primera es que hay un mínimo de reserva de dos noches y la segunda es que aquellas reservas de 10 o más personas, se considerarán grupos y no tendrán la opción de reservar la casa de forma compartida, sino que tendrán que reservarla íntegramente.

PRECIOS				
TEMPORADA ALTA			TEMPORADA BAJA	
	COMPARTIDA	COMPLETA (FIN DE SEMANA)	COMPARTIDA	COMPLETA (FIN DE SEMANA)
INDIVIDUAL	25 EUROS/NOCHE	800 EUROS	20 EUROS/NOCHE	650 EUROS
GRUPOS	-	800 EUROS	-	650 EUROS

Tabla 1. Precios

Éstos son los precios de venta al público, que estarán disponibles en la página web de la empresa para todos nuestros clientes. Además, a la hora de realizar el cálculo de los ingresos previstos del punto 10 del plan financiero, hemos tenido en cuenta el impuesto del 10% del IVA y hemos calculado los ingresos con los precios sin IVA, reflejados en la tabla del Anexo V.

PACKS

Las tarifas que más aconsejamos a nuestros clientes son las tarifas con actividades complementarias. Estas tarifas se han organizado mediante intervalos ya que el precio variará dependiendo de la actividad que se elija. Estos son los precios equivalentes a un fin de semana y por persona y son los que se plantearon en la entrevista que se realizó a los clientes potenciales, reflejada en el apartado 2, donde la tarifa más votada fue la de fin de semana más 1 actividad, muy por encima de los votos que obtuvo la reserva sólo de la casa rural sin actividades.

- Fin de semana + 1 actividad a elegir (entre 80-120 euros)
- Fin de semana + 2 actividad a elegir (entre 120-160 euros)
- Fin de semana + 3 actividad a elegir (entre 160-200 euros)

6.2 Producto

El producto turístico se compone del servicio básico, que es el alojamiento y unos servicios complementarios que le aportan un valor añadido, y una exclusividad frente al resto de competidores.

Para poder analizar los servicios que ofrecemos y que nuestros consumidores van a disfrutar, seccionaremos desde el servicio más básico que se puede reservar y esperar, hasta lo más completo.

- Producto básico: como casa rural el huésped demandará alojamiento, la casa contará con una capacidad máxima de 20 personas, un salón, una cocina con 3 fogones distintos (una vitrocerámica, una cocina de gas y una cocina de leña), 5 baños y un gran espacio exterior privado.
 - Alojamiento: la casa contará con capacidad para 20 personas de diferentes características, ya que en la encuesta obtuvimos que a los clientes potenciales les gustaría viajar en familia, pareja y grupos, por lo que la casa estará adaptada a ello. Disponemos de:
 - 8 camas dobles especiales, que a su vez también pueden separarse y cumplir la función de cama individual, que nos permitirían ofrecer 16 camas individuales. De esta forma con este tipo de camas especiales

contamos con la flexibilidad de poder unir y separar las camas dependiendo de las necesidades de los huéspedes.

- 8 camas supletorias (preparadas para reservas de grandes grupos)

Contaremos con un total de 5 habitaciones con su respectivo baño, un amplio armario para la ropa y dos mesillas por habitación.

- Producto aumentado: estos serán los servicios y las prestaciones que nuestra casa rural ofrece, que marcarán la diferencia y le añadirá valor a nuestra casa.
 - Instalaciones: nuestra casa contará con una piscina privada, televisión, chimenea, ordenador, wifi gratis y parking privado.
 - Restaurante: éste será otro de nuestros servicios, la casa está preparada con fogones, hornos, microondas, neveras y congelador; para preparar cualquier tipo de comida. Pero en el caso de que el cliente prefiera no cocinar, tendrá la opción de pedir comida a domicilio o de ir al propio restaurante que hay en el pueblo. Este restaurante tendrá un convenio con nuestra empresa, por lo que las personas que estén alojadas en nuestra casa gozarán de un descuento en sus comidas y cenas.
 - Actividades: aprovechando la ubicación de la casa, que se encuentra en La Rioja baja, tendremos al alcance diferentes entornos naturales y rutas (tanto culturales, como gastronómicas) para poder disfrutar y explorar. Además de una serie de actividades muy dinámicas por una empresa de La Rioja con la que colaboramos llamada Campo Activo.
 - Ofertaremos rutas por los montes de la zona, visitas y catas en las mejores bodegas de vinos del panorama nacional, ruta fuungitour (Rutas guiadas y actividades en cultivos de champiñón y setas), tratamientos termales en el balneario (Arnedillo), taller de huerta, ruta de los dinosaurios (Enciso), ruta en bicicleta, taller de cocina.
 - Las actividades que estarán subcontratadas serán arborismo, tirolinas, humor amarillo, paintball, ruta en quad, montar a caballo, karts; a través de la empresa campo activo de La Rioja.

- Trato: la higiene y el cuidado de las instalaciones, la buena atención, los servicios prestados, la amabilidad, el respeto; serán valores que también marcarán la diferencia.

6.3 Distribución

La distribución es otra variable del marketing mix, cuyo objetivo es poner los productos/servicios al alcance del mercado. A través de los canales, nuestro servicio, en este caso, llega a nuestros clientes. Estos canales estarán compuestos por los intermediarios. Según el número de canales podemos llevar a cabo tres estrategias: intensiva, selectiva y exclusiva. En nuestro caso la estrategia será la selectiva, ya que es un punto medio entre la intensiva y la exclusiva. Consistirá en seleccionar un grupo concreto en los que queremos que estén presente nuestro producto/servicio. Por otro lado, en función de los intermediarios podemos tener varios tipos de canales: corto y largo. En este caso utilizaremos el canal corto, ya que sólo tendremos un único intermediario.

Nos registraremos en los principales portales de turismo rural para que estos sean los intermediarios con nuestros clientes, por ello tendremos que pagar una cuota.

- Escapada rural: es el mayor buscador de alojamientos rurales de España y Portugal. Anuncia tu alojamiento en un portal con más de 1.400.000 usuarios registrados. Gestiona calendarios y precios y te asesora con talleres para propietarios. Cuentan con más de 735.000 pre-reservas al año.
- Club Rural: portal activo con 15.000.000 de visitas al año, más de 200.000 seguidores en las redes sociales y más de 200.000 reservas anuales.
- La Rioja Turismo: es uno de los portales más visitados de la zona de La Rioja, en el que será muy positivo inscribirse, ya que está especializado en la provincia y además su suscripción es gratuita.

La empresa con la que colaboramos para las actividades complementarias también ofrecerá a sus clientes nuestros servicios.

6.4 Promoción

La empresa se comunicará con los clientes potenciales promocionando sus servicios y atrayéndolos para que éstos realicen su reserva. A la hora de ofrecernos a nuestro público objetivo lo haremos como un servicio de alojamiento diferente, con una experiencia inigualable, en un entorno rural y con un turismo responsable con el medioambiente, que no dejará a nadie indiferente.

Al ser una empresa que está emergiendo, se considerará que se encuentra en la fase de introducción del ciclo de la vida empresarial, por lo que tenemos que darla a conocer. Por ello estamos en pleno lanzamiento de la corporación, donde tendremos que desempeñar una gran labor comercial para conseguir los primeros clientes. De este modo emplearemos la publicidad, la promoción de ventas y el marketing directo.

6.4.1 La publicidad

Cuando utilizamos la publicidad nuestro objetivo es informar (describir los servicios que ofrecemos, sus características y las distintas posibilidades que existen adaptándonos a cada necesidad de nuestro público); persuadir (atraer a los clientes con el objetivo de que efectúen una reserva, aumentar la demanda e influir en el comprador) y recordar (mantener presente en nuestros consumidores la existencia de nuestra empresa y de su exclusividad).

Los medios que emplearemos para darnos a conocer:

- Internet: Crearemos una página web donde los consumidores puedan buscar la información que necesitan sobre la casa, la localización, sus prestaciones, las actividades que pueden reservar, las fechas disponibles de reserva y tener la posibilidad de hacerlo directamente desde su estancia. Además, nos anunciaremos mediante las redes sociales, ya que como se ha mencionado previamente en la encuesta que realicé, la respuesta más votada fue que los clientes potenciales preferían encontrar publicidad en las redes. Y finalmente, al estar inscritos en dos de los portales más visitados en cuanto a reservas rurales, nuestros clientes podrán encontrarnos con mayor facilidad si previamente no conocen nuestra empresa.
- Folletos o carteles publicitarios: Es otra de las opciones que se utilizará para llegar aquellas personas que no dispongan de redes sociales, como las personas de la

tercera edad, ya que también son parte de nuestro público objetivo y para llegar a ellos deberemos utilizar otros métodos más tradicionales.

6.4.2 La promoción de ventas

En nuestro negocio utilizaremos este método para aumentar las ventas a corto plazo, ofreciendo al cliente talleres de cocina o de huerta gratis que incentiven la reserva, ya que estos podrán ser impartidos por el empresario sin coste alguno para la empresa.

Más adelante, se plantearán packs promocionales en los meses de temporadas bajas para reactivar el negocio. Pero esto no se llevará acabo hasta que no se haya iniciado el negocio y sepamos cuales son las necesidades de nuestros clientes.

6.4.3 Marketing directo

El marketing directo sirve para poder recibir una retroalimentación interna por parte de los clientes que han hecho uso de nuestros servicios. De esta forma podremos saber cuales son nuestras fortalezas y nuestras debilidades para poder mejorar. Lo que haremos será ofrecer de forma voluntaria, una vez finalizada la estancia a nuestros clientes, un cuestionario donde valorarán el servicio prestado.

7. Plan de operaciones

En este apartado desarrollaremos el plan de operaciones, que consistirá en fijar las bases del negocio sobre el lugar donde se va a llevar a cabo la actividad, normativas e inversiones.

“La casa rural Pelocaqui” se ubicará en La Rioja baja, concretamente en el Villar de Arnedo, la decisión de esta ubicación se realizó por dos razones. La principal razón fue porque ya contaba con una casa construida en esa localidad lo que reduciría los costes iniciales de inversión. Y la segunda razón fue por la ubicación, se encuentra en una buena zona de la comunidad autónoma, ya que este pueblo queda a tan solo 10 minutos en coche de la segunda ciudad más grande de la provincia (Calahorra) y a media hora en coche de la ciudad más grande de la comunidad autónoma (Logroño). Esta ubicación nos proporcionará una ventaja de cara a las actividades que ofrecemos. Y también les

facilitará a nuestros clientes la comunicación con el resto de las localidades de la zona, tanto con transporte público si lo desean o con su propio coche, ya que la N-232 pasa por el mismo pueblo. De esta forma los clientes podrán descansar en un pueblo relajado y sin perturbaciones de otros ciudadanos, al ser una población pequeña y al mismo tiempo estar al alcance de las comodidades que ofrece la ciudad, (ver mapa en el Anexo VI).

7.2 Requisitos normativos

Según el Decreto 10/2017, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento General de Turismo de La Rioja en desarrollo de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja se entiende por actividad turística la actividad de alojamiento como los establecimientos de casas rurales, por lo que nuestra actividad se tendrá que ajustar a este decreto.

Para que la entidad local se entienda como casa rural, deberá cumplir una serie de requisitos descritos en el decreto previamente mencionado.

Según el artículo 103, sección 1, capítulo IV del Decreto 10/2017 del Reglamento General de Turismo de La Rioja, la vivienda destinada a alojamiento debe hallarse en una ubicación con una población no superior a 1.500 habitantes de derecho, cifra que se cumple según los datos del Instituto Nacional de Estadística que registró en 2018 una población en El Villar de Arnedo de 597 habitantes. Además, el edificio debe estar construido con materiales tradicionales, este requisito también lo cumple, ya que la casa está construida con elementos tradicionales de la zona en la que se ubica, especialmente en lo referente a la fachada, cubierta y carpintería.

Según el artículo 104, sección 1, capítulo IV del Decreto 10/2017 del Reglamento General de Turismo de La Rioja, existe dos modalidades de alojamiento. Las casas rurales de alquiler completo (cuando el titular alquile toda la vivienda) y las casas de alquiler compartido (cuando el cliente comparta el uso de la vivienda con otros huéspedes). En nuestro caso, ambas modalidades serán utilizadas, dependiendo del cliente, si prefiere reservar la casa completa o en su defecto si la quiere compartir, dado que la ley nos permite adoptar las dos modalidades, ya que si el alojamiento cumple los requisitos exigidos para las dos modalidades, podrán alquilarse de las dos formas.

Según el artículo 105, sección 1, capítulo IV del Decreto 10/2017 del Reglamento General de Turismo de La Rioja, en todas las casas rurales será obligatoria la exhibición en la parte exterior de la entrada principal y en un lugar visible, de una placa identificativa en la que conste la categoría de la casa. Como menciona el artículo 110, sección 3, capítulo IV del Decreto 10/2017 del Reglamento General de Turismo de La Rioja, las casas rurales tendrán 5 categorías, identificadas de 1 a 5 estrellas, en función de sus instalaciones, equipamientos y servicios que presten en los mismos. La categoría se otorgará inicialmente por el titular siguiendo los criterios, agrupados en áreas, adjuntados en el Anexo II.

Según el artículo 106, sección 2, capítulo IV del Decreto 10/2017 del Reglamento General de Turismo de La Rioja, los requisitos básicos con los que deberá contar la casa rural son:

- Un máximo de 16 plazas destinadas a alojamiento, sin computar la instalación de camas supletorias. Por lo que nuestra casa rural tendrá una capacidad máxima de 20 huéspedes, puesto que según el artículo 114, sección 4, capítulo IV, en todas las habitaciones se podrán instalar a petición de los clientes como máximo dos camas supletorias, cuando la superficie de la habitación exceda en un 25% de la superficie mínima exigida.
- Calefacción en todas las dependencias de uso de los clientes, ventilación directa al exterior, superficies mínimas de 12 y 9 metros cuadrados en caso de las habitaciones dobles o individuales respectivamente.
- Un botiquín de primeros auxilios y un extintor de incendios por planta.
- Habrá un cuarto de baño por cada dormitorio y un sistema efectivo de oscurecimiento que impida el paso de luz en los dormitorios.

7.3 Inversión

Para poner en funcionamiento nuestro negocio y cumplir con los requisitos mencionados que establece el decreto, deberemos realizar una elevada inversión, sobre todo en la climatización y las placas solares que serán un gran beneficio a futuro.

INVERSIÓN		
	SIN IVA	CON IVA
CLIMATIZACIÓN	7.110	9.000
PLACAS SOLARES	31.600	40.000
REHABILITACIÓN PISCINA	2.133	2.700
RESTAURACIÓN DEL JARDÍN	1.699	2.150
MOBILIARIO	13.793	17.460
REFORMAS	5.767	7.300
TOTAL DE LA INVERSIÓN	62.102	78.610

Tabla 2. Inversión

Para llevar a cabo la inversión, necesitaremos financiación externa. Se solicitará un préstamo a la entidad de Ibercaja, para que cubra gran parte de la inversión y parte de las pérdidas, ya que al iniciar el proyecto los 3 primeros años de negocio recibiremos más gastos que ingresos, por lo que este préstamo nos ayudará a cubrirlos. Se ha estimado que el capital necesario será de 70.000 euros con un tipo de interés nominal del 5% durante 5 años.

8. Estudio legal

Existen diferentes tipos de sociedades mercantiles para una empresa. Dependiendo de las características de cada una y también de lo que el propietario de la empresa esté dispuesto a afrontar en cuanto a su patrimonio, se acogerá a un tipo de sociedad u otra.

La sociedad de responsabilidad limitada: es una de las sociedades más comunes en España, ya que los empresarios no tienen que responder de forma personal con su patrimonio a las deudas del negocio. La responsabilidad que debe afrontar consistiría en el capital aportado en la constitución de la sociedad que serían 3.000 euros y este capital social estaría dividido en participaciones.

Esta sociedad tiene la ventaja frente a la sociedad anónima de que el capital a la hora de la constitución de la sociedad es menor, ya que la sociedad anónima exige un capital mínimo de 60.000 euros. Es la segunda sociedad mercantil más utilizada en España, y cuenta con la ventaja de que su capital, al igual que la sociedad limitada, también se divide en participaciones, pero éstas son más fáciles de transferir entre los socios y la responsabilidad es limitada.

Finalmente, a pesar de que la sociedad limitada era una de las opciones, ya que la sociedad anónima no lo era tanto porque tiene un capital de constitución muy elevado y porque está enfocado para sociedades más grandes, el tipo de sociedad mercantil que vamos a adoptar será la de autónomos.

8.1 Autónomo

Un autónomo es una persona física que realiza de forma habitual un trabajo para obtener una remuneración, sin un contrato de trabajo que lo vincule a trabajar por cuenta del empleador.

Para ser autónomo se necesita ser mayor de edad, la principal característica es que se trabaja por cuenta propia y la misma persona es la encargada de la aportación a la seguridad social. Por ello según la ley de autónomos de 2017, la cuota de autónomos es el importe que han de pagar de manera mensual, en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social, que será una tarifa plana de 50 euros mensuales.

El ser autónomo tiene sus ventajas, pero también sus inconvenientes. Una de las ventajas más notables será la facilidad de darse de alta cuando empiezas la actividad, ya que otro tipo de sociedad, a la hora de realizar los trámites se alarga en el tiempo con los registros. Además, el darse de alta con la documentación que se adjunta en el Anexo I y de baja como autónomo, tiene un coste 0.

Otra de las ventajas será el no tener que llevar libros contables, ni realizar registros contables sujetos a la normativa. Por lo que no tendremos que presentar las cuentas en el registro mercantil.

Por el contrario una de las mayores desventajas de ser autónomo es que toda la responsabilidad recae sobre la persona física. Así pues, el autónomo responde de las deudas con la totalidad de sus bienes presentes y futuros.

8.2 Trámites administrativos y obligaciones fiscales

Por el hecho de ser autónomo como hemos mencionado previamente, deberemos darnos de alta en el Régimen especial de autónomos de la Seguridad Social del Gobierno de La

Rioja. Por inicio de actividad y por la edad se suele tener una cuota reducida (60 euros durante 12 meses).

Una vez realizado este trámite hay que asignarse una mutua. Las mutuas colaboradoras con la Seguridad Social (SS) son asociaciones de empresarios, cuya finalidad es colaborar con su gestión. Nos prestarán servicios de asistencia sanitaria y prestaciones económicas derivadas del accidente de trabajo y enfermedad profesional.

En cuanto al negocio, deberemos comunicar el inicio de la actividad empresarial en la oficina electrónica del Gobierno de La Rioja, presentando la documentación de inicio de la actividad y la declaración responsable de asignación de categoría, adjuntadas respectivamente en el Anexo III y Anexo II.

Como la casa pertenece a mi propiedad no hará falta contrato de alquiler. Pero si la casa no fuese de mi propiedad se tendría que formalizar un contrato de alquiler. Por ello, deberemos asegurarnos de que la casa tiene su correspondiente escritura de propiedad a mi nombre y está debidamente registrada. Además, como no voy a ofrecer comidas, no necesitaremos ningún tipo de registro sanitario.

En cuanto a las obligaciones fiscales, deberemos darnos de alta en Hacienda, tanto en obligaciones tributarias de IRPF, IVA y Retenciones, junto con los modelos 130, 303 y 111; y con sus resúmenes anuales 390 y 190 (el 130 no tiene resumen anual).

Además del Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI) y el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), mediante la presentación del modelo 037, ya que soy persona física, este registro se puede hacer de forma telemática.

8.3 Licencias y subvenciones

Con el fin de desarrollar nuestra actividad económica y hacer algunas reformas para cumplir los requisitos necesarios y poder llevar a cabo el negocio, deberemos solicitar dos licencias en el Ayuntamiento del municipio donde está instalada la casa, en nuestro caso en El Villar de Arnedo. Deberemos solicitar la licencia de obras para realizar la reforma y la licencia de actividad para desarrollar nuestra actividad que en este caso es la explotación de casa rural.

Las subvenciones nos ayudarán a afrontar los gastos del inicio de la actividad. Por ello me puse en contacto con La Asociación para el Desarrollo Rural de La Rioja (ADR). En

La Rioja existen 3 sedes; como nuestra casa rural se encuentra en La Rioja Baja, la sede que nos correspondía es la ADR que se encuentra en el municipio de Arnedo. Allí me pudieron informar sobre las subvenciones que ellos gestionaban, en estos momentos no se puede solicitar una ayuda ya que las convocatorias se abren a final de año, concretamente en diciembre. Para poder solicitar este tipo de ayudas, se deben cumplir algunos requisitos, como la justificación de una clara necesidad de nuestro negocio en esa zona, ya que no existe ninguna línea de negocio con la misma tipología. Por el contrario, no se subvencionarán aquellas casas que se encuentren en un lugar con exceso de oferta del mismo tipo de negocio. La ayuda máxima será de 30.000 euros y esta ayuda no podrá ser utilizada para subvencionar ropa de cama o cocinas. Además de que la partida de IVA tampoco estará subvencionada ya que nos lo podremos deducir.

Tras la concesión de la subvención deberemos tener todo bien documentado, facturas de todas las compras, instalaciones, obras y reparaciones que se hayan efectuado.

8.4 Seguro y ley de protección de datos

Hay que contratar un seguro, éste tiene que cubrir la responsabilidad civil (RC), el inmueble (por si ocurre cualquier desperfecto, o un incendio o rotura de mobiliario, robo, etc...) y la actividad (si por cualquier motivo la actividad se viera suspendida o no se pudiera realizar).

De acuerdo con lo establecido en el Reglamento General de Protección de Datos 2016/679 (RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, debemos informar a los clientes que trataremos sus datos personales con la finalidad de la realización de nuestro trabajo o nuestra prestación del servicio y se deberá informar sobre los derechos que tienen los clientes sobre sus datos (derecho de acceso, rectificación, supresión, limitación del tratamiento, portabilidad de datos y oposición).

Estaré obligada al cumplimiento de la normativa de LOPD, de lo contrario, el incumplimiento de esta normativa, tiene como consecuencia graves sanciones económicas, para ello, bien se contratará una empresa que se encargue de llevar a cabo la Protección de Datos, o bien se adquirirá la formación necesaria para ello, siendo en cualquiera de los casos la propia persona autónoma que desarrolla la actividad, la responsable o encargada del tratamiento de datos.

Por ello, tendremos que cuidar el aspecto de la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) frente a nuestros clientes. De este modo, una empresa externa que contratemos nos lo gestionará.

9. Plan de recursos humanos

Nuestros empleados representan la viva imagen de la empresa, ya que lo que nosotros transmitimos en cuanto a servicio y trato, el cliente lo recibe directamente. Por ello, nuestra plantilla será uno de los activos más valiosos, para poder ofrecer a los clientes nuestros mejores servicios. Siempre contaremos con un equipo competente, de confianza y que sepa tratar y respetar a los clientes.

Este tipo de empresa al ser una casa rural con una forma jurídica de un autónomo, la propietaria de la empresa que seré yo, estaré al frente de las principales labores del negocio. Si bien es cierto que se realizará un contrato fijo discontinuo de cara a los meses de verano donde se prevé que la ocupación sea más elevada y con mayor trabajo, ya que el trabajador estará contratado como mínimo una hora semanal y recibirá una contraprestación por ello.

Este tipo de contratos laborales permite que el trabajo se realice de forma intermitente en el tiempo, según se regula en el Real Decreto Legislativo 2/2015 de la Ley del Estatuto de los Trabajadores en el artículo 16. Es decir, que existirá una discontinuidad en el ejercicio del trabajo, ya que como he mencionado previamente, este empleado en principio se contratará para ayudar al emprendedor en la temporada alta de los meses de junio, julio y agosto.

El contrato del empleado será indefinido y realizará una actividad discontinua. Durante los meses de verano trabajará media jornada, con un total de 4 horas diarias y de 6 días a la semana (de martes a domingo, teniendo el lunes como día de descanso semanal). Por lo que semanalmente realizará 24 horas, pagadas a 10 euros la hora.

Por otro lado, el autónomo trabajará una media de 8 horas diarias durante todos los días de la semana, (las horas trabajadas variarán dependiendo del trabajo que se genere en función de si hay una alta demanda o no). También tendrá dos semanas al año de vacaciones, que podrá gozar en cualquier época del año exceptuando los meses de temporada alta. El sueldo que percibirá el autónomo tendrá una base de 1.000 euros brutos

al mes que serán anticipados, más un 70% de los beneficios obtenidos por la empresa, dejando un 30% para futuras inversiones del negocio. Ésta remuneración de 1.000 euros al autónomo es modesta ya que este negocio es una idea de autoempleo y además el coste de oportunidad de aportar la propiedad es bajo por lo que no percibe remuneración.

Además, según la Ley 27/2009, del 30 de diciembre, de medidas urgentes para el mantenimiento y el fomento del empleo y la protección de las personas desempleadas, del artículo 6.2, los contratos indefinidos iniciales de fijo discontinuo se pueden acoger a las reducciones en las cuotas empresariales a la Seguridad Social. En nuestro caso al ser un contrato de media jornada la bonificación se reducirá.

En la Ley figura que las empresas dedicadas a actividades encuadradas en los sectores de turismo, que generen actividad productiva en los meses de febrero, marzo y de noviembre de cada año y que inicien o mantengan en alta durante dichos meses la ocupación de los trabajadores con contratos de carácter fijo discontinuo, podrán aplicar una bonificación en dichos meses del 50 por ciento de las cuotas empresariales a la Seguridad Social por contingencia comunes, así como por los conceptos de recaudación conjunta de Desempleo, FOGASA y Formación Profesional de dichos trabajadores; por lo que no podremos acogernos a esta bonificación ya que el trabajador no estará dado de alta en los meses requeridos.

9.1 Puestos de trabajo

El principal puesto de trabajo será el de la autónoma, las funciones que realizará irán desde la gestión de las reservas de los clientes hasta la limpieza final para que otros huéspedes puedan ocupar la casa.

Este puesto lo ocupa María García Amatriaín, propietaria del negocio. Es licenciada en Administración y Dirección de empresa en inglés por la Universidad de Zaragoza. Sus tareas son la contabilidad de la empresa (aunque al tener una forma jurídica de autónomo no será obligatorio presentar registros contables sujetos a normativa en el registro mercantil, pero si llevar una pequeña contabilidad para llevar un orden de los ingresos y los gastos) y la toma de decisiones en lo concerniente al negocio.

También se encargará de funciones administrativas en cuanto a la gestión de las reservas de los clientes y de limpieza y mantenimiento de la casa y sus exteriores. Además, se

contratará a una persona para que ayude en la época de mayor trabajo (en los meses de junio, julio y agosto), para poder garantizar los servicios que prestamos, tanto de limpieza de la piscina, como de los baños y habitaciones y también de la zona verde de la terraza. De esta forma y con el refuerzo de otro empleado durante esos meses, podremos afrontar todas las tareas necesarias.

La plantilla del negocio en un futuro puede ampliarse, pero hasta que los beneficios no lo permitan, la propietaria se encargará de la puesta a punto de las casas y de su gestión.

10. Plan financiero

En esta etapa analizaremos cuales son los activos y pasivos de la empresa para saber como enfrentar la gran inversión del inicio del negocio.

En la parte del inmovilizado material es donde tendremos la gran parte de la inversión, donde mejoraremos suelos, puertas, muebles, ropa para la cama, lo necesario para tener las instalaciones a punto. También se realizará una instalación de placas solares, porque, aunque sea un gran desembolso inicial, podremos tener nuestra propia energía y reducirá a futuro una gran parte de la factura de suministros, además de que contribuimos al medioambiente. La segunda instalación que realizaremos será la climatización de la casa, para que nuestros clientes puedan acomodar la temperatura a su gusto. Por otro lado, contaremos con una aportación de un capital, sumado al préstamo solicitado en la entidad bancaria de Ibercaja, que nos ayudará a cubrir el desembolso inicial de la inversión, y también a realizar los primeros pagos mensuales de gastos.

BALANCE			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO NETO	
62.102	INMOVILIZADO MATERIAL	CAPITAL	10.000
13.793	MOBILIARIO	PRÉSTAMO	70.000
38.710	INSTALACIONES TÉCNICAS		
9.599	OTROS INMOVILIZADOS		
16.508	IVA SOPORTADO		
16.000	LIQUIDEZ		
1.898	EXISTENCIAS		
80.000	TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	80.000

Tabla 3. Balance

10.1 Cuenta de resultados

Para poder analizar el plan financiero, se han establecido tres posibles escenarios que son “optimista”, “más probable” y “pesimista”, para hacer una estimación de los ingresos del negocio.

He dividido los meses del año en “temporada alta”, que corresponde a los meses de junio, julio y agosto y “temporada baja”, que corresponde al resto de los meses del año. A su vez, dentro de cada temporada, he diferenciado entre “días entre semana” y “fines de semana” para calcular los ingresos previstos.

En la temporada alta el porcentaje días de ocupación entre semana y los fines de semana he establecido que sea el mismo. Sin embargo, en la temporada baja, la ocupación que se espera entre los fines de semana y entre semana es mucho más dispar.

Por otro lado, tendremos la parte de gastos que tendremos que afrontar, estos gastos están contabilizados anualmente y podemos considerar que todos nuestros gastos serán fijos.

Los ingresos de los distintos escenarios han sido estimados mediante las tablas reflejadas en el Anexo V, que reflejan los días activos de cada temporada con sus correspondientes tarifas sin tener en cuenta el 10% del IVA, además en la temporada baja no hemos contado con dos semanas del año ya que serán vacaciones para el autónomo, donde el negocio estará cerrado.

	CUENTA DE RESULTADOS					
	INGRESOS (EN EUROS)					
	TEMPORADA ALTA					
	ESCENARIO OPTIMISTA (90% DE LA OCUPACIÓN)		ESCENARIO MÁS PROBABLE (80% DE LA OCUPACIÓN)		ESCENARIO PESIMISTA (65% DE LA OCUPACIÓN)	
	FIN DE SEMANA	ENTRE SEMANA	FIN DE SEMANA	ENTRE SEMANA	FIN DE SEMANA	ENTRE SEMANA
RESERVA DE LA CASA	8.424	13.163	7.488	11.700	6.084	9.506
RESERVA DE LAS ACTIVIDADES	120	120	60	60	0	0
TOTAL INGRESOS	8.544	13.283	7.548	11.760	6.084	9.506
TOTAL INGRESOS TEMPORADA	21.827		19.308		15.590	
	CUENTA DE RESULTADOS					
	INGRESOS (EN EUROS)					
	TEMPORADA BAJA					
	ESCENARIO OPTIMISTA		ESCENARIO MÁS PROBABLE		ESCENARIO PESIMISTA	
	FIN DE SEMANA (70% de ocupación)	ENTRE SEMANA (20% de ocupación)	FIN DE SEMANA (60% de ocupación)	ENTRE SEMANA (15% de ocupación)	FIN DE SEMANA (35% de ocupación)	ENTRE SEMANA (10% de ocupación)
RESERVA DE LA CASA	15.152	6.660	12.987	4.995	7.576	3.330
RESERVA DE LAS ACTIVIDADES	120	120	60	60	0	0
TOTAL INGRESOS	15.272	6.780	13.047	5.055	7.576	3.330
TOTAL INGRESOS TEMPORADA	22.052		18.102		10.906	
	ESCENARIO OPTIMISTA		ESCENARIO MÁS PROBABLE		ESCENARIO PESIMISTA	
TOTAL INGRESOS	43.878		37.410		26.496	

Tabla 4. Ingresos Anuales

GASTOS ANUALES (EN EUROS)	
PROVEEDORES (intermediarios, redes)	300
CUOTA DE AUTÓNOMOS	600
SUMINISTROS (LUZ, ENERGÍA, RESIDUOS, TELÉFONO)	3.600
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	4.800
SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL	3.120
SEGURIDAD SOCIAL	936
REMUNERACIÓN DEL AUTÓNOMO	12.000
SEGUROS (CASA, RESPONSABILIDAD CIVIL)	2.400
INTERESES	3.500
TOTAL GASTOS ANUALES	31.256

Tabla 5. Gastos Anuales

	CUENTA DE RESULTADOS (EN EUROS)		
	INGRESOS	GASTOS	BENEFICIO ANUAL
ESCENARIO OPTIMISTA	43878	31256	12622
ESCENARIO MÁS PROBABLE	37410	31256	6154
ESCENARIO PESIMISTA	26496	31256	-4760

Tabla 6. Beneficios

Tras contabilizar los gastos anuales que debemos hacer frente, podremos hacer una previsión de los beneficios que percibiremos en función de los distintos escenarios. Como podemos observar, en el escenario pesimista tendríamos pérdidas, pero al no ser una cifra elevada sería asumible, además de que se podría contrarrestar devolviendo parte de nuestro sueldo. Finalmente, las cifras podrían mejorar tras la concesión de la subvención. Como se mencionó previamente en el apartado 8.3, podríamos percibir una subvención de hasta 30.000 euros, pero como no podemos cuantificar esta cifra, no se ha tenido en cuenta en las previsiones.

11. Conclusiones

El objetivo del plan de negocio es conocer si nuestro proyecto es viable. En principio parece que sí, dado que El Villar de Arnedo es un pueblo que cumple con los requisitos necesarios para poder emprender el negocio, además de que cuenta con unas características de un lugar de descanso a la par que atractivo por el hecho de las buenas comunicaciones que tiene con los pueblos de La Rioja, lo que puede generar un elevado atractivo turístico para los potenciales clientes. El plan de negocio a parte de reflejar si es rentable el proyecto nos ha ayudado en varios aspectos. Por un lado, nos ha permitido conocer que el turismo rural cada vez está más demandado y que es un mercado creciente.

Pero al mismo tiempo, tenemos que hacer frente a una cantidad importante de competidores en el sector turístico. Es por esto por lo que se ha considerado lo más idóneo crear un producto diferente y que destaque de entre todos los alojamientos de la zona, con la principal idea que son los packs de actividades para todo tipo de huéspedes.

Por otro lado, el plan de viabilidad a reflejado que el negocio es rentable. Sin embargo, se ha podido observar que hay que tener en cuenta los costes fijos, ya que dependiendo de las circunstancias que tengamos que hacer frente, podría generar pérdidas si no tuviésemos unos ingresos suficientes que cubriesen estos gastos.

El objetivo a largo plazo de este negocio será mantener los beneficios e incluso poder mejorarlos, una vez ya introducidos en el mercado y conociendo mejor a nuestros clientes, podremos ajustarnos a sus necesidades. Tras haber conseguido unos beneficios más elevados, el objetivo principal será liberar al autónomo de tantas horas de trabajo y poder contratar a otro trabajador delegando en él gran parte de las funciones.

Gracias a este Trabajo de Final de Carrera, he podido plasmar en un solo proyecto todos los conocimientos aprendidos durante el proceso de formación, además de la iniciativa y visión de una nueva emprendedora sin experiencia. Ha sido un trabajo duro, constante y donde he tenido que afrontar todo tipo de adversidades, que me han hecho superarme. He tenido que llamar a distintas puertas y buscar información hasta hallar la respuesta, para así sentir lo gratificante que puede llegar a ser conseguir tus objetivos y seguir adelante.

He podido analizar de cerca el sector turístico y la situación que afrontan, sobre todo hoy en día con la pandemia del Covid-19 por medio. Y los riesgos que puede traer emprenderse en un nuevo negocio. Por eso este trabajo muestra la importancia del plan de viabilidad, ya que nos permite realizar un análisis económico-financiero exhaustivo y poder estructurar las estrategias que vamos a seguir.

12. Bibliografía

Álvarez, B. (2006). Estrategias de distribución comercial. Editorial Paraninfo. [Consultado 14-03-2021]

BOE (2009). Bonificaciones del contrato fijo discontinuo. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2009/12/31/pdfs/BOE-A-2009-21160.pdf> [Consultado 8-06-2021]

BOE (2015). Contrato fijo discontinuo. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-11430-consolidado.pdf> [Consultado 03-06-2021]

Club Rural (2021). Disponible en: <https://www.clubrural.com/porque.php> [Consultado 20-05-2021]

Escapada Rural (2018). Disponible en: <https://www.escapadarural.com/quienes-somos> [Consultado 20-05-2021]

Gobierno de España (2017). Modalidades de contrato de trabajo. Disponible en: https://www.mites.gob.es/es/Guia/texto/guia_5/contenidos/guia_5_12_1.htm [Consultado 02-06-2021]

Gobierno de La Rioja (2016). Alta régimen de autónomos del Gobierno de la Rioja. Disponible en: <https://www.larioja.org/empleo-formacion/es/creo-empresa/fases-creacion-empresa/fase-iv/puesta-marcha/tipos/alta-regimen-especial-autonomos-seguridad-social> [Consultado 09-05-2021]

Navarra (14-05-2021). Navarra ha concedido 14,2 millones de ayudas al turismo y hostelería. Disponible en: <https://www.navarra.es/es/noticias/2021/05/14/navarra-ha-concedido-14-2-millones-en-la-segunda-convocatoria-de-ayudas-a-la-hosteleria-y-el-turismo-que-tambien-se-beneficiaran-del-nuevo-paquete-de-68-millones?pageBackId=363032&back=true> [Consultado: 17-05-2021]

Universidad de Valencia (26-05-16). Los tipos de sociedades mercantiles en España. Disponible en: <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/los-tipos-de-sociedades-mercantiles-en-espana> [Consultado 23-03-2021]

ABC (31-05-2021). España será la última potencia europea en recuperar el PIB per cápita previo a la pandemia. Disponible en: https://www.abc.es/economia/abci-espana-crecera-mas-media-zona-euro-2021-tras-sufrir-peor-recesion-mundo-202105311007_noticia.html

13. Anexos

ANEXO I



MINISTERIO
DE EMPLEO
Y SEGURIDAD SOCIAL



TESORERÍA GENERAL
DE LA SEGURIDAD SOCIAL

TA.0521/1 (Hoja 1/2)

Registro de presentación

Registro de entrada

SOLICITUD SIMPLIFICADA DE: ALTA, BAJA O VARIACIÓN DE DATOS EN EL RÉGIMEN ESPECIAL DE AUTÓNOMOS

1. DATOS DEL SOLICITANTE

1.1 PRIMER APELLIDO		SEGUNDO APELLIDO		NOMBRE		1.2 NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL	
FECHA DE NACIMIENTO		1.3 GRADO DE DISCAPACIDAD		1.4 TIPO DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO		1.5 Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO	
Día Mes Año		D.N.I.		TARJETA DE EXTRANJERO PASAPORTE			
1.6 DOMICILIO		NOMBRE DE LA VÍA PÚBLICA		BLOQUE NÚM. BIS ESCAL. PISO PUERTA Cód. POSTAL			
		MUNICIPIO/ENTIDAD DE ÁMBITO TERRITORIAL INFERIOR AL MUNICIPIO		PROVINCIA			
1.7 DATOS TELEFONICOS		CORREO ELECTRÓNICO		ACEPTO ENVÍO COMUNICACIONES INFORMATIVAS DE LA SEGURIDAD SOCIAL		SI NO TELÉFONO MÓVIL	

2. DATOS RELATIVOS A LA SOLICITUD (Marque con "X" la opción correcta)

ALTA <input type="checkbox"/> BAJA <input type="checkbox"/> VARIACIÓN DE DATOS <input type="checkbox"/>		FECHA DE INICIO/CESE/VARIACIÓN DE DATOS	
Día Mes Año			
2.1 CAUSA DE LA BAJA / VARIACIÓN DE DATOS		2.2 D.N.I./N.S./C.I.F. o C.C.C. DEL SUCESOR/A DE LA ACTIVIDAD	
A esta solicitud se acompañan los siguientes documentos:			
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

3. DATOS RELATIVOS A LA ACTIVIDAD PROFESIONAL

3.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA - COLEGIO PROFESIONAL		3.2 I.A.E.		CNAE 2009	
3.3 NOMBRE COMERCIAL					
3.4 DOMICILIO		NOMBRE DE LA VÍA PÚBLICA		BLOQUE NÚM. BIS ESCAL. PISO PUERTA Cód. POSTAL	
		MUNICIPIO / ENTIDAD DE ÁMBITO TERRITORIAL INFERIOR AL MUNICIPIO		PROVINCIA TELÉFONO	
3.5 MARQUE CON "X" SI ESTÁ INCLUIDO EN ALGUNO DE LOS SIGUIENTES SUPUESTOS		MUJER REINCORPORADA AL TRABAJO, DESPUÉS DE MATERNIDAD		VENTA AMBULANTE	
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
AUTÓNOMO INTEGRADO EN UN COLEGIO PROFESIONAL		NOTARIO		TRABAJADOR DE TEMPORADA (FECHA PREVISTA CESE ACTIVIDAD)	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

4. OPCIÓN RESPECTO DE LA BASE DE COTIZACIÓN, DE LAS CONTINGENCIAS PROFESIONALES Y DE LA MUTUA COLABORADORA CON LA SEGURIDAD SOCIAL

IMPORTANTE: CUMPLIMENTAR EN LA SIGUIENTE HOJA

5. OTROS DATOS

5.1 DATOS RELATIVOS AL REPRESENTANTE		5.2 DATOS RELATIVOS AL AUTORIZADO DEL SISTEMA RED	
NOMBRE Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL		NOMBRE Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL	
Nº DE DOCUMENTO IDENTIFICATIVO		NÚMERO DE LA AUTORIZACIÓN	
NÚMERO DE SEGURIDAD SOCIAL			

6. A EFECTOS DE NOTIFICACIONES SEÑALA COMO DOMICILIO PREFERENTE (Marque con una "X" la opción correcta)

DOMICILIO DEL SOLICITANTE (APARTADO 1.6)	DOMICILIO DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL (APARTADO 3.4)	OTRO DOMICILIO (ANOTAR EN LA SIGUIENTE HOJA)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. DATOS PARA LA DOMICILIACIÓN DEL PAGO DE CUOTAS


CÓDIGO INTERNACIONAL CUENTA BANCARIA (IBAN)		DOCUMENTO IDENTIFICATIVO DEL TITULAR DE LA CUENTA DE ADEUDO	
		D.N.I. C.I.F. TARJETA EXTRANJERO PASPRT.	
FIRMA DEL TRABAJADOR/A		FIRMA Y SELLO DEL REPRESENTANTE	
DILIGENCIA DE NOTIFICACIÓN DE LA SUBSANACIÓN Y MEJORA DE LA SOLICITUD		DILIGENCIA DE NOTIFICACIÓN DE LA RESOLUCIÓN	
Fecha: D.N.I. FIRMA:		BOLETINES DE COTIZACIÓN RECIBIDOS: DE A Fecha: D.N.I. FIRMA:	

SUBSANACIÓN Y/O MEJORA REQUERIDA

ÓRGANO AL QUE SE DIRIGE LA SOLICITUD: DIRECCIÓN PROVINCIAL O ADMINISTRACIÓN DE LA T. G. S. S. :

ADVERTENCIA: En las Comunidades Autónomas con lengua cooficial, existe a su disposición este impreso redactado en lengua vernácula.

TA.0521/1 (Hoja 1/2)
(12-01-2015)

<p>www.larioja.org</p>  <p>Gobierno de La Rioja</p>	<p>Desarrollo Económico e Innovación</p>	<p>Marqués de Murrieta, 76 26071-Logroño. La Rioja. Teléfono: 941 291 100 Fax: 941 291 338</p> <p>Cultura y Turismo Código Dir 3: A17014410</p>
---	--	---

DECLARACIÓN RESPONSABLE ASIGNACIÓN CATEGORÍA CASAS RURALES

Datos del solicitante:

Nombre y apellidos _____ N.I.F ó C.I.F. _____

Dirección _____ Localidad _____ C.P. _____

Teléfono _____ e.mail _____

Actúa en representación: ☐ SÍ ☐ NO ☐

Datos del representado:

Nombre y apellidos _____ N.I.F ó C.I.F. _____

Dirección _____ Localidad _____ C.P. _____

Teléfono _____ e.mail _____

Datos del establecimiento:

Nombre _____ Dirección _____

Localidad _____ C.P. _____ Tel. _____

e.mail _____


ALQUILER COMPLETO ☐ ALQUILER COMPARTIDO ☐

CATEGORÍA				
<input type="checkbox"/> *****	<input type="checkbox"/> ****	<input type="checkbox"/> ***	<input type="checkbox"/> **	<input type="checkbox"/> *

En _____ a _____ de _____ de _____

Firma

De conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos que los datos recabados en la solicitud serán incluidos en el fichero de datos de carácter personal "Registro de proveedores de servicios turísticos", cuya finalidad es el registro de las empresas, los establecimientos, las profesiones turísticas y cualquier persona o entidad que preste servicios de carácter turístico existentes en la Comunidad Autónoma de La Rioja y que tengan su sede central, delegación o establecimiento en la misma, una vez concedida la correspondiente clasificación turística cuando ésta sea procedente. La Dirección General de Cultura y Turismo es el órgano responsable del tratamiento y como tal le garantiza el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de los datos facilitados, para lo cual deberá dirigirse mediante escrito a este órgano, sito en C/ Marqués de Murrieta, 76, 26071 Logroño..

www.larioja.org  Gobierno de La Rioja	Desarrollo Económico e Innovación	Cultura y Turismo Código Dir 3: A17014410	Marqués de Murrieta, 76 26071-Logroño, La Rioja. Teléfono: 941 291 100 Fax: 941 291 338
--	--	---	--

COMUNICACIÓN DE INICIO DE ACTIVIDAD CASAS RURALES

Datos del solicitante:

Nombre y apellidos _____ N.I.F ó C.I.F. _____

Dirección _____ Localidad _____ C.P. _____

Teléfono _____ e.mail _____

Actúa en representación: SÍ ☐ NO ☐

Datos del representado:

Nombre y apellidos _____ N.I.F ó C.I.F. _____

Dirección _____ Localidad _____ C.P. _____

Teléfono _____ e.mail _____

Datos del establecimiento:

Nombre _____ Dirección _____

Localidad _____ C.P. _____ Tel. _____

e.mail _____

ASUNTO:

Apertura <input type="checkbox"/>	Cambio de titular <input type="checkbox"/>	Cambio de denominación <input type="checkbox"/>	Ampliación o Reformas <input type="checkbox"/>
-----------------------------------	--	---	--

ALQUILER COMPLETO ☐ ALQUILER COMPARTIDO ☐

HABITACIONES _____ PLAZAS _____ CAMAS SUPLETORIAS: SÍ ☐ NO ☐

CATEGORÍA				
<input type="checkbox"/> *****	<input type="checkbox"/> ****	<input type="checkbox"/> ***	<input type="checkbox"/> **	<input type="checkbox"/> *

En _____ a _____ de _____ de _____

Firma

De conformidad con lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos que los datos recabados en la solicitud serán incluidos en el fichero de datos de carácter personal "Registro de proveedores de servicios turísticos", cuya finalidad es el registro de las empresas, los establecimientos, las profesiones turísticas y cualquier persona o entidad que preste servicios de carácter turístico existentes en la Comunidad Autónoma de La Rioja y que tengan su sede central, delegación o establecimiento en la misma, una vez concedida la correspondiente clasificación turística cuando ésta sea procedente. La Dirección General de Cultura y Turismo es el órgano responsable del tratamiento y como tal le garantiza el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de los datos facilitados, para lo cual deberá dirigirse mediante escrito a este órgano, sito en C/ Marqués de Murrieta, 76, 26071 Logroño.

394 respuestas

Se aceptan respuestas ☒

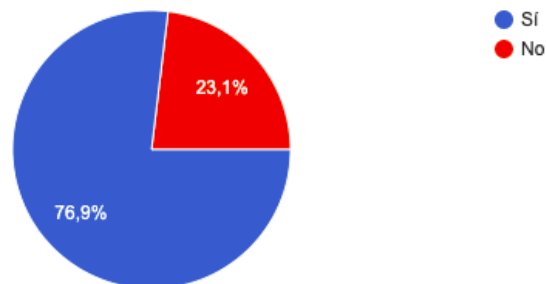
Resumen

Pregunta

Individual

¿Ha reservado alguna vez una casa rural?

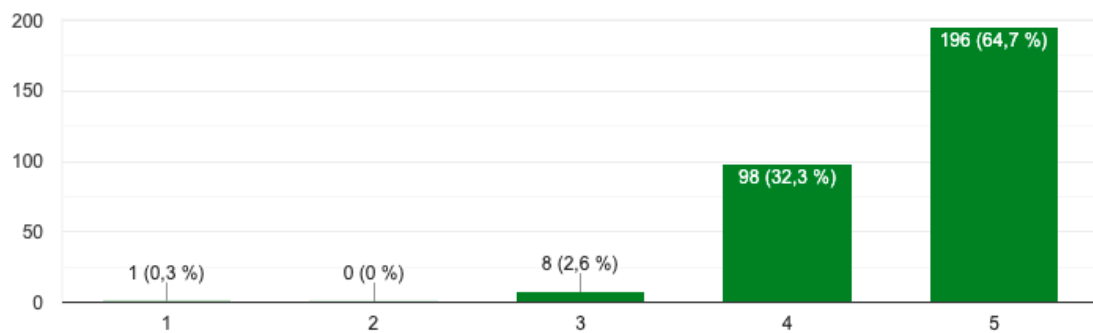
394 respuestas



¿Cómo de atractiva le resultó la experiencia?

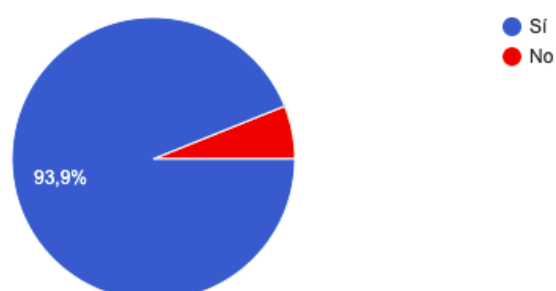


303 respuestas



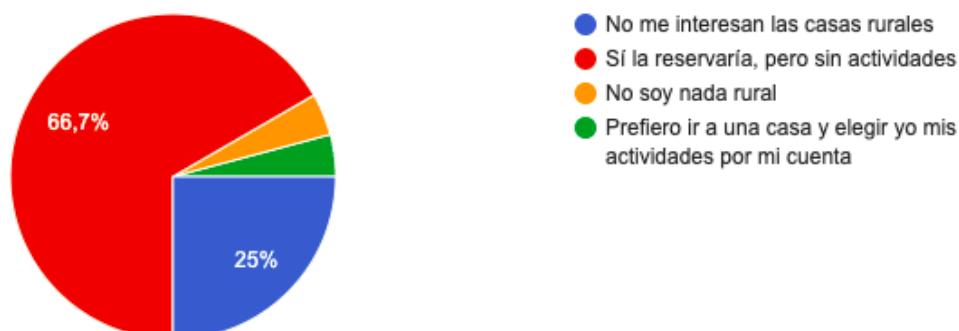
¿Le gustaría disfrutar de una casa rural que ofrece actividades complementarias? (tirolinas, visitas a una bodegas, ruta en quad, montar a caballo, etc)

394 respuestas



Motivo por el que no reservaría una casa rural con actividades

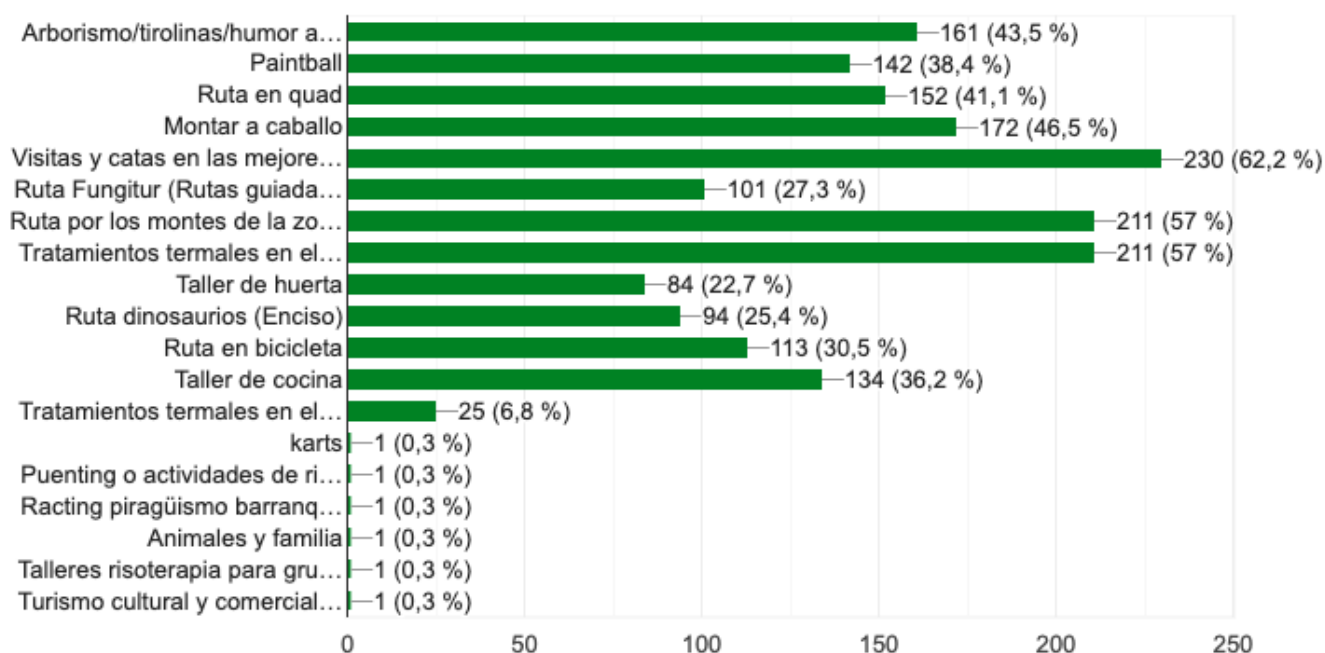
24 respuestas



Actividades

Seleccione las actividades que le gustaría poder reservar

370 respuestas



¿Con quién viajaría?

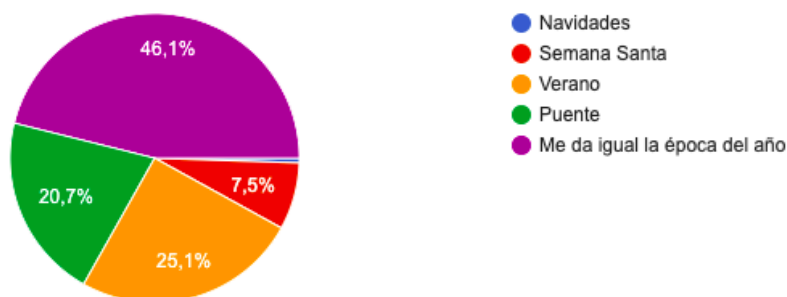
386 respuestas



1/2 ▼

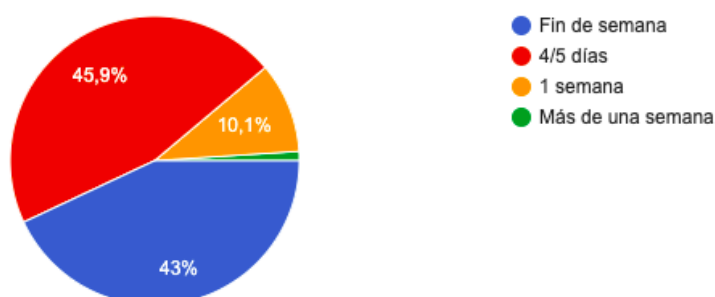
¿En qué época del año viajaría?

386 respuestas



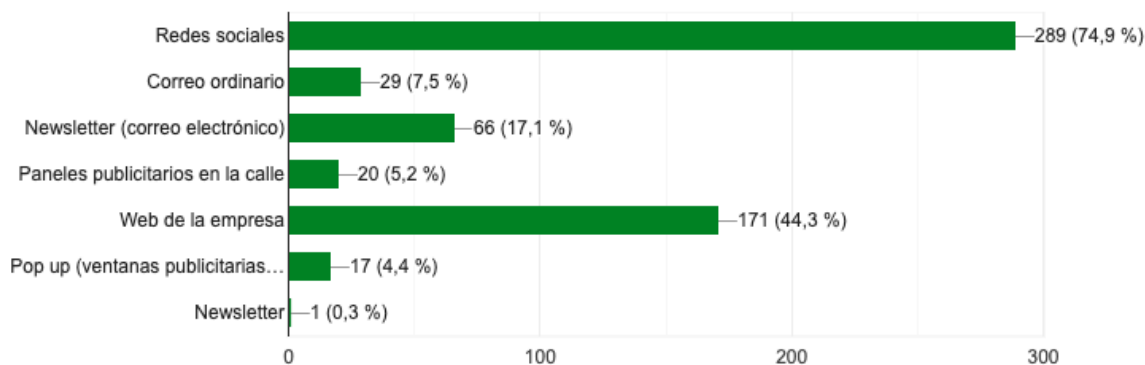
¿Cuánto tiempo se alojaría?

386 respuestas



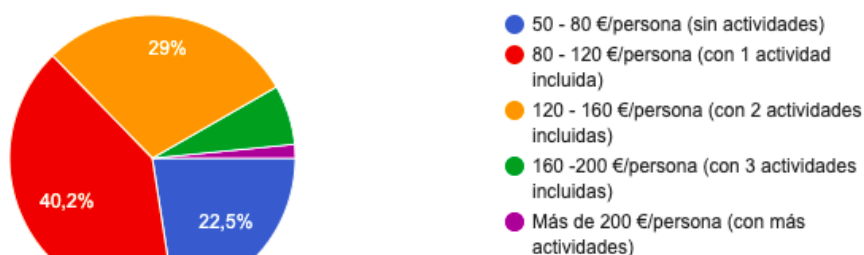
¿Dónde le gustaría encontrar información sobre la casa rural?

386 respuestas



¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar para disfrutar un fin de semana en este tipo de casa rural? (con piscina y zona verde)

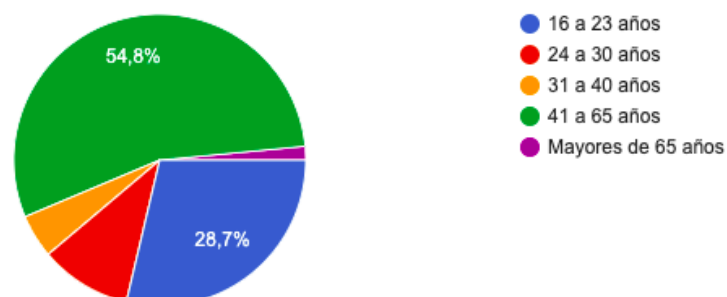
386 respuestas



Datos

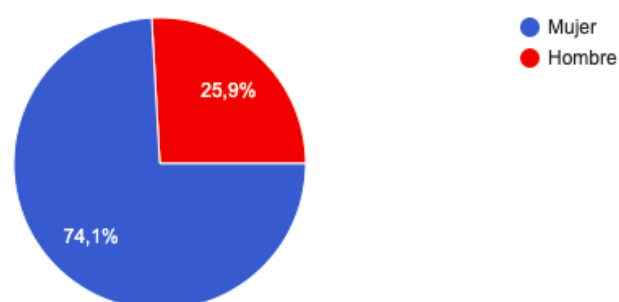
Seleccione su rango de edad

394 respuestas



Sexo

394 respuestas



ANEXO V

	PRECIOS SIN IVA (EN EUROS)	
	Temporada alta	Temporada baja
CASA COMPLETA	720	585
INIDIVIDUAL	22,5	18
	DÍAS	
	Temporada alta	Temporada baja
ENTRE SEMANA	65	185
FINDE	13	37

ANEXO VI

